



Enterprise Greater Moncton
Entreprise Grand Moncton

DIEPPE MONCTON RIVERVIEW

Business First. | Les affaires d'abord.

PLAN D'AFFAIRES

Entreprise Grand Moncton
910, rue Main, pièce 101
Moncton, NB E1C 1G6
Tél. : (506) 858-9550
Fax : (506) 859-7791

Le plan d'affaires sert:

- À préparer l'entrepreneur à mettre sur pied, acheter ou agrandir une entreprise;
- Comme outil pour procurer du financement ou augmenter le capital;
- Comme outil de gestion (aide à planifier la croissance future de l'entreprise de façon logique et organisée);
- Comme outil de contrôle permettant de suivre et d'évaluer le progrès en fonction des buts établis.

PARTIE 1 - DÉTAILS DU PLAN D'AFFAIRES

1.0 DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE PROPOSÉE OU SON AGRANDISSEMENT

1.1 Description du projet

Cette section devrait expliquer votre proposition d'entreprise ou votre plan d'agrandissement. Ceci inclura le genre de commerce, lieu d'exploitation, une brève description des produits/services qui seront offerts, le nombre d'employés, une liste de vos coûts de démarrage ainsi que toute autre information qui aidera le lecteur à bien comprendre ce que vous voulez accomplir.

1.2 Historique de l'entreprise (pour une entreprise existante)

Si l'entreprise existe déjà, vous devrez expliquer son évolution. Comment et quand a-t-elle débuté? A-t-elle connu une augmentation des ventes, du nombre d'employés, des installations physiques?

2.0 ADMINISTRATION

2.1 Profil des employés

Il faudra inclure une description du (des) propriétaire(s) et membres du personnel. Qui sont-ils? Quelles forces apportent-ils à l'entreprise en termes d'expérience, d'expertise, d'éducation, etc. Les curriculum vitae devraient être inclus en annexe (s'ils sont disponibles). Une description de chacune des positions dans l'entreprise devrait être incluse avec leurs rôles et responsabilités.

2.2 Prévisions d'emploi

Des prévisions d'emploi devraient être établies. Il faudra commencer à penser aux habiletés particulières dont vos employés auront besoin pour aider votre entreprise à prospérer et à croître.

	A l'ouverture	Après 1 an	Après 3 ans
Plein-temps			
Temps-partiel			

2.3 Structure

a) Société en nom collectif

Si l'entité légale de l'entreprise est une association ou un groupe d'actionnaires, un accord comportant les éléments suivants devrait être signé par chaque membre :

- Lorsqu'une personne décide de quitter l'entreprise, quand devra-t-elle prévenir de son départ?
- Ses actions seront-elles offertes au groupe avant les personnes de l'extérieur?
- Comment les actifs et passifs seront-ils divisés?
- Comment seront distribuées les tâches?

Tout autre renseignement pertinent qui devrait être inclus.

b) Assurance-vie

Quelle est la couverture des propriétaires?

c) Planification de la succession

Quelles sont les procédures en cas de mortalité, maladie ou la retraite du propriétaire / le gestionnaire clé?

d) Conseillers professionnels

Avez-vous des conseillers professionnels tels que des avocats, comptables ou consultants?

Si oui, veuillez les nommer.

3.0 PLAN DE MARKETING

3.1 Produits et services

Donner une description détaillée des produits et/ou services que vous voulez offrir. Quelles seront vos heures de bureau?

3.2 Marché potentiel

Cette section devra inclure des renseignements sur le marché en relation avec votre industrie ou de vos services/produits. Il faudra expliquer le potentiel du marché ainsi que ses conditions. Les sources d'information devront aussi être identifiées.

3.3 Marché cible

Qui sera votre clientèle? Il faudra expliquer qui sera la clientèle en plus de justifier les objectifs de ventes que vous avez établis dans l'ÉTAT PRO FORMA DES RÉSULTATS. Expliquez toutes vos hypothèses.

3.4 Publicité

Décrivez comment vous allez vendre vos produits et/ou services à votre marché cible. Expliquez les différents moyens que vous utiliserez. Quels seront les coûts? Il faudra établir un budget de publicité mensuel.

3.5 Concurrence

Qui sont vos concurrents? Offrent-ils les mêmes produits ou services que vous? Quelles sont leurs forces et leurs faiblesses? Quels avantages possédez-vous? Comment serez-vous différents?

3.6 Prix

Expliquez votre stratégie de prix. Quelle sera votre marge de profit? Le prix demandé? Que sera compris dans votre prix? Exemple: garanties, taxes, etc.

4.0 PRODUCTION (s'il y a lieu)

4.1 Emplacement

Expliquez ce qui rend votre lieu convenable pour votre commerce (proximité des marchés, fournisseurs, transport, main-d'œuvre, etc.). Le stationnement est-il approprié? L'accès et la sortie? L'emplacement est-il visible? Précisez.

4.2 Installations

Décrivez vos installations. Est-ce qu'elles vous appartiennent ou sont-elles louées à bail? Si elles sont louées à bail, quelles en sont les conditions? Les installations auront-elles besoin de rénovations? Si oui, veuillez inclure les coûts proposés en annexe. Ne pas oublier d'inclure un plan ou un croquis des locaux.

4.3 Matériaux /inventaire

Qui sont vos fournisseurs? Les stocks peuvent-ils être obtenus auprès de plus d'une source? Quelles sont vos modalités de paiement? Vos sont-ils périssables? Vos installations d'entreposage sont-elles adéquates? Avez-vous une politique d'achat?

4.4 Démarrage

Avez-vous besoin d'approbations de la municipalité, du gouvernement ou autres? Quel est le temps requis pour vous procurer des installations, les équipements et le personnel pour l'ouverture de votre commerce?

5.0 ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES (s'il y a lieu)

5.1 Règlements et politiques gouvernementales

Avez-vous besoin de licences ou de permis d'exploitation? Quels politiques gouvernementales et règlements ont un effet direct sur votre commerce?

5.2 Brevets, marques de commerce et licences commerciales

Les brevets et les marques de commerce font-ils partie de votre entreprise? Avez-vous des ententes avec d'autres entreprises?

5.3 Technologie

De quelle façon la technologie touche-t-elle votre commerce? La technologie change-t-elle votre façon de faire des affaires? Si oui, comment?

5.4 Tendances sociales

Le succès de votre commerce dépend-il des tendances ou de la mode? Quels éléments sociaux majeurs influencent votre commerce?

6.0 QUESTIONS ENVIRONNEMENTALES (s'il y a lieu)

Expliquez chaque aspect de votre commerce qui aura un effet sur l'environnement.

6.1 Terrains et bâtiments

Depuis combien d'années êtes-vous propriétaire de cet emplacement? A quoi servait -il?

6.2 Matières dangereuses

Décrivez les matières dangereuses utilisées. Comment seront-elles entreposées / manipulées?

6.3 Procédés

Décrivez tout procédé nécessitant des matières dangereuses: Quelles méthodes seront utilisées pour s'en débarrasser? Représentent-elles un danger potentiel pour la santé des employés?

6.4 Règlements

Quels règlements environnementaux s'appliquent à vos types de produits ou votre commerce?

7.0 ÉTATS FINANCIERS PRÉVISIONNELS

Cette partie devrait inclure (pour chaque année de prévision)

- Bilan d'ouverture et de clôture
- État des résultats
- État des mouvements mensuels de trésorerie
- Notes aux états financiers pro forma
 - * amortissement
 - * inventaire
 - * prêts et financement
 - * analyse des salaires
 - * toute hypothèse utilisée

8.0 ANNEXES (s'il y a lieu)

Dans la présente section, il faudra inclure toute information nécessaire qui est soit trop longue ou trop technique pour être incluse dans le corps du rapport.

Par exemple: états financiers historiques, études de commerce reliées, photos de produits, propositions de coûts pour construction ou rénovations, diagramme des plans des installations, etc.

PARTIE 2 - EXEMPLE D'UN PLAN D'AFFAIRES

EXEMPLE DE PAGE COUVERTURE

**PLAN D'AFFAIRES
TRUCS ABC LTÉE
RIVIÈRE-BRUNE (N.-B.)**

Présenté par:
M. Pierre Barnabé et Mlle Claudia St-Laurent
C.P. 200
Rivière-Brune (N.-B.)

Téléphone: (111) 111-1111
Télécopieur: (111) 111-1112

le 31 août 1999

EXEMPLE D'UNE TABLE DES MATIÈRES**TABLE DES MATIÈRES**

1.0	DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE PROPOSÉE	1
2.0	ADMINISTRATION	3
2.1	<i>Profil des employés</i>	4
2.2	<i>Projection du niveau d'emploi</i>	5
2.3	<i>Structure</i>	6
3.0	PLAN DE MARKETING	8
3.1	<i>Produits et services</i>	9
3.2	<i>Marché potentiel</i>	10
3.3	<i>Marché cible</i>	11
3.4	<i>Publicité</i>	13
3.5	<i>Concurrence</i>	14
3.6	<i>Prix</i>	15
4.0	PRODUCTION	17
4.1	<i>Emplacement</i>	17
4.2	<i>Installations</i>	18
4.3	<i>Matériaux/inventaire</i>	19
4.4	<i>Démarrage</i>	20
5.0	ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES	22
5.1	<i>Règlements et politiques gouvernementales</i>	23
5.2	<i>Technologie</i>	25
6.0	QUESTIONS ENVIRONNEMENTALES	26
7.0	ÉTATS FINANCIERS PRO FORMA	29
7.1	<i>Bilan pro forma (années 1 et 2)</i>	30
7.2	<i>État pro forma des résultats (années 1 et 2)</i>	32
7.3	<i>État pro forma des mouvements mensuels de la trésorerie (années 1 et 2)</i>	33
7.4	<i>Notes aux états financiers pro forma</i>	34

1.0 DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE PROPOSÉE

M. Pierre Barnabé et Mlle Claudia St-Laurent proposent l'ouverture d'un commerce au détail qui aurait comme spécialité la vente et l'entretien de petits gadgets. Ils auront la ligne complète des produits TRUCOS, fabriquée au Canada par XXX INDUSTRIES INC.

TRUCS ABC LTÉE sera établie sur la rue Pierfond à Rivière-Brune (N.-B.). L'endroit, au centre-ville, est idéal pour un commerce au détail. L'endroit offre un excellent potentiel, en raison de l'accès, de la sortie et de la circulation en général. Un stationnement à l'avant est tout à fait adéquat. L'endroit a un haut niveau de circulation de piétons en raison de la proximité de nombreux employeurs importants.

Au début, deux postes à temps plein et un poste à temps partiel seront créés. Les partenaires visent à ouvrir leurs portes le 1^{er} janvier 2000 afin de profiter du début de la saison de construction.

Distribution de fonds :

Fonds de roulement	2 000\$
Inventaire	5 000\$
Équipement de magasin	2 500\$
Améliorations locatives	1 500\$
Camion	5 000\$
	<u>16 000\$</u>

Financement :

Prêt bancaire	12 000\$
Investissement des propriétaires	<u>4 000\$</u>
	<u>16 000\$</u>

Note: L'investissement des propriétaires sera sous la forme de 2 000\$ comptant et 2 000\$ en équipements de magasin.

2.0 ADMINISTRATION

2.1 Profil des employés

Co-proprétaire: M. Pierre Barnabé

M. Barnabé a travaillé dans l'industrie des gadgets durant les onze dernières années. Après avoir obtenu son diplôme en ingénierie de gadgets du collège communautaire. M. Barnabé fut par la suite embauché par PETITS TRUCS MARITIME au service du soutien technique. Il gravit les échelons de commis-technicien à directeur. Ceci lui a permis d'acquérir une grande connaissance de l'industrie des gadgets et plus particulièrement, du marché local. Ses habiletés techniques permettront au commerce d'offrir un service sans précédent.

Ses responsabilités primaires dans l'entreprise seront l'achat, la promotion ainsi que la gestion du personnel et le service aux clients. Étant donné que M. Barnabé est copropriétaire, il jouera un rôle actif dans la planification à long terme du commerce.

Co-proprétaire: Mlle Claudia St-Laurent

Mlle Claudia St-Laurent a travaillé pendant les douze dernières années dans l'industrie de la vente au détail. Après avoir obtenu un diplôme universitaire en marketing, elle fut embauchée par TRUCOTRIE CANADA, la plus grosse chaîne de magasin de vente au détail au Canada. Son dernier poste fut directrice régionale de la vente pour cette entreprise.

Mlle Barnabé sera responsable de l'exploitation quotidienne du magasin et la gestion globale de l'entreprise. Elle participera aussi à la planification à long terme.

Commis à la vente

Un employé à temps partiel sera embauché. Cet individu recevra une formation générale afin de remplacer les propriétaires les soirs et les fins de semaine. Cette personne devra avoir de bonnes habiletés en relations interpersonnelles avec au moins une 12^e année.

2.2 Projection du niveau d'emploi

Le tableau suivant est une projection du niveau d'emploi

	A l'ouverture	31 déc. 2000	31 déc. 2002
Temps-plein	2	2	4
Temps-partiel	1	1	2

2.3 Structure

Contrat de société

Les deux propriétaires ont signé un contrat de société rédigé par leur avocat. Voici quelques points de l'accord:

- Ils seront propriétaires égaux (50/50).
- Si un partenaire décide de quitter le commerce, il/elle donnera 6 mois d'avis
- Il/elle offrira la vente de sa moitié du commerce à l'autre fondateur qui disposera de 60 jours pour décider de l'action à prendre.
- Dans l'éventualité d'une séparation, les actifs et les passifs seront divisés de parts égales.

(N.B. - Une copie de l'entente devrait être ajoutée en annexe.)

Assurance-vie

Les deux partenaires ont tous deux une couverture de 8 000\$ en assurance-vie. S'il y a mortalité, la part du passif sera immédiatement payée.

Planification de succession

Puisqu'il s'agit d'une association, la succession se fera d'un partenaire à un autre. Les deux partenaires sont jeunes et les deux apprendront les tâches de l'autre afin de minimiser les perturbations possibles.

3.0 PLAN DE MARKETING

3.1 Produits et services

L'entreprise proposée fera la vente et le service de la ligne de produits complète de TRUCOS. Cette ligne inclut des gadgets de base à prix bien abordable ainsi que des gadgets à commande électronique.

Le service d'entretien s'occupera de la réparation des produits vendus, en plus d'offrir un service de réparation pour les autres marques de gadgets offertes dans la région. M. Barnabé sera responsable de la gestion du service aux clients.

Heures d'ouverture proposées:

- du lundi au jeudi 8h à 17h30
- le vendredi 8h à 20h
- le samedi 9h à 13h30

3.2 Marché potentiel

Les ventes annuelles de gadgets au Nouveau-Brunswick sont présentement de l'ordre de 2,000,000\$ par année. Suite à plusieurs conversations avec des gens dans l'industrie, les statistiques démontrent qu'environ 40% de ces ventes sont faites dans la région de Rivière-Brune (N.-B.). Ceci fixerait alors les ventes locales à environ 800 000\$ par année.

Il y a présentement trois entreprises qui vendent des gadgets à Rivière-Brune. On prévoit que la nouvelle entreprise pourrait aller chercher 10% du marché local durant la première année et 15% durant la deuxième année. Les ventes prévues seraient alors de l'ordre de 80 000\$ et de 120 000\$ respectivement.

3.3 Marché cible

Le marché cible de l'entreprise serait initialement les utilisateurs locaux de gadgets. Présentement, le marché est également divisé entre les utilisateurs commerciaux et résidentiels.

Les utilisateurs commerciaux sont des entreprises qui sont spécialisées dans la construction tandis que les utilisateurs résidentiels sont des gens qui ont tendance à faire leurs propres rénovations.

3.4 Publicité

La publicité pour le nouveau commerce sera faite de plusieurs façons. Une campagne publicitaire détaillée sera lancée dans les journaux pour six mois avec des annonces tous les samedis. Aussi, des dépliants seront distribués à chacune des maisons tous les deux mois.

Des cartes professionnelles et du papier à en-tête seront préparés avec l'intention d'envoyer de l'information sur une base régulière aux clients importants. En plus, les propriétaires aimeraient participer à la foire commerciale locale sur les rénovations et la construction.

Après un examen approfondi, voici les coûts estimatifs pour chacune des idées:

Annonces dans les journaux: 50\$/annonce ou 600\$/mensuel

Dépliants: 100\$/1 000 dépliants

Cartes professionnelles: 60\$ - cartes et 100\$ - en-têtes

Foire commerciale: 250\$ - participation

Le tableau suivant est une analyse des dépenses proposées de promotion:

Mois	Journaux	Dépliants	Cartes prof. & en-têtes	Foires comm.	Total
janvier	600 \$	0 \$	160 \$	0 \$	760 \$
février	600 \$	100 \$	0 \$	0 \$	700 \$
mars	600 \$	0 \$	0 \$	0 \$	600 \$
avril	600 \$	100 \$	0 \$	0 \$	700 \$
mai	600 \$	0 \$	0 \$	250 \$	850 \$
juin	600 \$	100 \$	0 \$	0 \$	700 \$
juillet	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
août	0 \$	100 \$	0 \$	0 \$	100 \$
septembre	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
octobre	0 \$	100 \$	0 \$	0 \$	100 \$
novembre	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
décembre	0 \$	100 \$	0 \$	0 \$	100 \$
	3600 \$	600 \$	160 \$	250 \$	4610 \$

3.5 Concurrence

Il y a présentement trois établissements qui font la vente de gadgets à Rivière-Brune. Les entreprises A et B font la vente au détail de matériaux de construction tandis que l'entreprise C vend seulement à des fournisseurs d'entreprises.

La plus grande force pour TRUCS ABC LTÉE sera la spécialisation en gadgets et l'entretien de toutes les marques. Il faudra quand même demeurer dynamique afin d'attirer les clients des autres magasins.

Les copropriétaires ont confiance dans le succès possible de leur campagne de promotion. Ils sont certains d'être capables d'atteindre leur objectif de part de marché et des revenus anticipés.

3.6 Prix

La majoration du prix des produits sera de 45%. Ceci est une majoration standard pour l'industrie et fera que l'entreprise sera compétitive. Les prix incluent une garantie de deux ans sur tous les produits.

4.0 PRODUCTION

4.1 Emplacement

Le commerce proposé sera localisé à 100, rue Pierfond au centre-ville. Ce lieu a un grand volume de circulation de piétons et d'autos. L'emplacement est facilement accessible par auto avec un grand terrain de stationnement.

4.2 Installations

Le local est de 6 000 pieds carrés, 4 000 pieds carrés réservés pour la vente au détail et 2 000 pieds carrés pour l'entreposage et le service. Des rénovations mineures seront requises. Il est estimé que ces coûts seront de 1 500\$ (une copie des estimés de coûts devrait être incluse en annexe).

4.3 Matériaux / inventaire

La ligne complète des produits TRUCOS sera vendue à TRUCS ABC LTÉE. Ces produits sont fabriqués et distribués par XXX INDUSTRIES LTÉE, qui sera initialement le seul distributeur (termes sont net/30 jours).

4.4 Démarrage

Les propriétaires veulent faire l'ouverture le 1^{er} janvier 2000. Leur but est de compléter les tâches administratives de démarrage (enregistrer le nom, permis, financement, etc.) par le 30 novembre. Ceci leur donnera un mois à faire les rénovations et toutes autres préparations.

5.0 ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES

5.1 Règlements et politiques gouvernementales

Les commerces de détail à Rivière Brune ne requièrent pas de permis d'opération.

5.2 Technologie

La technologie n'a pas d'effets majeurs sur ce type d'entreprise. Le stock sera certainement pris en charge par un logiciel informatique spécialisé.

6.0 QUESTIONS ENVIRONNEMENTALES

6.1 Protection de l'environnement

L'entreprise retournera tout produit défectueux au fabricant. L'entreprise proposée n'aura pas d'effets négatifs sur l'environnement puisqu'elle n'est pas une manufacture. Aucun matériel sensible à l'environnement ne sera utilisé par le commerce proposé. Tout matériel qui peut être réutilisé sera recyclé.

TRUCS ABC LTÉE
BILAN PRO FORMA

	A l'ouverture	Clôture	Clôture
	01/01/2000	31/12/2000	31/12/2001
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
ACTIFS			
Fonds de roulement	4 000\$	4 232\$	18 232\$
Inventaire (4)	3 000\$	3 000\$	3 000\$
Équipement de magasin (2)	2 500\$	2 000\$	1 600\$
Améliorations locatives (2)	1 500\$	1 425\$	1 353\$
Camion (2)	5 000\$	3 500\$	2 450\$
TOTAL	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<u>16 000\$</u>	<u>14 157\$</u>	<u>26 635\$</u>
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>
PASSIFS			
Prêt bancaire (1)	12 000\$	9 959\$	7 747\$
CAPITAUX PROPRES			
Investissements des propriétaires	4 000\$	4 000\$	4 000\$
Bénéfices non répartis (perte)	0\$	198\$	19 120\$
TOTAL	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<u>16 000\$</u>	<u>14 157\$</u>	<u>30 867\$</u>
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

Les notes d'accompagnement font partie intégrante de ces états financiers pro forma.

TRUCS ABC LTÉE
ÉTAT PRO FORMA DES RÉSULTATS
POUR LES ANNÉES SE TERMINANT LE 31 DÉCEMBRE 2000, 2001

	31/12/2000	31/12/2001
VENTES	<u>80 000\$</u>	<u>120 000\$</u>
COÛT DES MARCHANDISES VENDUES:		
Inventaire au début (4)	3 000\$	3 000\$
Plus: Achats	44 000\$	66 000\$
Moins: Inventaire de la fin (4)	3 000\$	3 000\$
	<u>44 000\$</u>	<u>66 000\$</u>
MARGE BÉNÉFICIAIRE BRUTE	36 000\$	54 000\$
DÉPENSES		
Loyer	3 000\$	3 000\$
Salaires et avantages sociaux (3)	21 780\$	21 780\$
Téléphone	600\$	600\$
Électricité	300\$	300\$
Chauffage	600\$	600\$
Déneigement	550\$	550\$
Divers	300\$	300\$
Frais professionnels	1 100\$	1 100\$
Publicité	4 610\$	4 610\$
Intérêt - prêt (1)	887\$	716\$
Amortissement (2)	2 075\$	1 522\$
	<u>35 802\$</u>	<u>35 078\$</u>
BÉNÉFICE NET (PERTE NETTE)	<u>198\$</u>	<u>18 922\$</u>

Les notes d'accompagnement font partie intégrante de ces états financiers pro forma.

TRUCS ABC LTÉE
ÉTAT PRO FORMA DES MOUVEMENTS DE LA TRÉSORERIE POUR ANNÉE SE TERMINANT LE 31 DÉCEMBRE 2000

RENTRÉES:	JAN	FÉV.	MAR	AVR	MAI	JUIN	JUIL	AOÛT	SEP	OCT	NOV	DÉC	TOTAL
Ventes	2 000\$	4 000\$	5 000\$	7 000\$	8 500\$	10 000\$	10 000\$	8 000\$	8 500\$	6 500\$	6 000\$	4 500\$	80 000\$
Invest. propriétaires	4 000\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	4 000\$
Prêt bancaire	12 000\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	12 000\$
	18 000\$	4 000\$	5 000\$	7 000\$	8 500\$	10 000\$	10 000\$	8 000\$	8 500\$	6 500\$	6 000\$	4 500\$	96 000\$
SORTIES:													
<i>Acquisition d'actifs</i>													
Inventaire initial (4)	3 000\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	3 000\$
Equip. de magasin (2)	2 500\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	2 500\$
Amélior. locatives (2)	1 500\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	1 500\$
Camion (2)	5 000\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	5 000\$
<i>Dépenses d'exploitation</i>													
Inventaire (4)(5)	1 100\$	2 200\$	2 750\$	3 850\$	4 675\$	5 500\$	5 500\$	4 400\$	4 675\$	3 575\$	3 300\$	2 475\$	44 000\$
Loyer	250\$	250\$	250\$	250\$	250\$	250\$	250\$	250\$	250\$	250\$	250\$	250\$	3 000\$
Salaires et avant. (3)	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	21 780\$
Téléphone	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	600\$
Électricité	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	300\$
Chauffage	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	600\$
Déneigement	100\$	100\$	100\$	50\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	100\$	100\$	550\$
Divers	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	300\$
Frais professionnels	300\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	800\$	1 100\$
Publicité	760\$	700\$	600\$	700\$	850\$	700\$	0\$	100\$	0\$	100\$	0\$	100\$	4 610\$
Intérêt - prêt (1)	80\$	79\$	78\$	77\$	76\$	74\$	73\$	72\$	71\$	70\$	69\$	68\$	887\$
Principal - prêt (1)	164\$	165\$	166\$	167\$	168\$	170\$	171\$	172\$	173\$	174\$	175\$	176\$	2 041\$
	16 719\$	5 459\$	5 909\$	7 059\$	7 984\$	8 659\$	7 959\$	6 959\$	7 134\$	6 134\$	5 859\$	5 934\$	91 768\$
ARGENT NET													
Surplus (Deficit)	1 281\$	(1 459\$)	(909\$)	(59\$)	516\$	1 341\$	2 041\$	1 041\$	1 366\$	366\$	141\$	(1 434\$)	4 232\$
Total cumulatif	1 281\$	(178\$)	(1 087\$)	(1 146\$)	(630\$)	711\$	2 752\$	3 793\$	5 159\$	5 525\$	5 666\$	4 232\$	

Les notes d'accompagnement font partie intégrante de ces états financiers pro forma.

TRUCS ABC LTÉE
ÉTAT PRO FORMA DES MOUVEMENTS DE LA TRÉSORERIE POUR ANNÉE SE TERMINANT LE 31 DÉCEMBRE 2001

RENTREES:	JAN	FÉV	MAR	AVR	MAI	JUIN	JUIL	AOUT	SEP	OCT	NOV	DEC	TOTAL
Ventes	4 000\$	7 000\$	8 000\$	11 000\$	15 000\$	14 000\$	13 000\$	13 000\$	11 000\$	9 500\$	8 500\$	6 000\$	120 000\$
Encaisse - 31/12/2000	4 232\$												4 232\$
	8 232\$	7 000\$	8 000\$	11 000\$	15 000\$	14 000\$	13 000\$	13 000\$	11 000\$	9 500\$	8 500\$	6 000\$	124 232\$
SORTIES:													
<i>Aquisition d'actifs</i>													
Inventaire initial (4)	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$
Equip. de magasin (2)	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$
Amélior. locatives (2)	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$
Camion (2)	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$
Dépenses d'exploitation													
Inventaire (4)(5)	2 200\$	3 850\$	4 400\$	6 050\$	8 250\$	7 700\$	7 150\$	7 150\$	6 050\$	5 225\$	4 675\$	3 300\$	66 000\$
Loyer	250\$	250\$	250\$	250\$	250\$	250\$	250\$	250\$	250\$	250\$	250\$	250\$	3 000\$
Salaires et avant. (3)	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	1 815\$	21 780\$
Telephone	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	600\$
Electricite	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	300\$
Chauffage	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	600\$
Deneigement	100\$	100\$	100\$	50\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	100\$	100\$	550\$
Divers	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	25\$	300\$
Frais professionnels	300\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	0\$	800\$	1 100\$
Publicite	760\$	700\$	600\$	700\$	850\$	700\$	0\$	100\$	0\$	100\$	0\$	100\$	4 610\$
Interet - pret (1)	66\$	65\$	64\$	63\$	62\$	60\$	59\$	58\$	57\$	55\$	54\$	53\$	716\$
Principal - pret (1)	178\$	179\$	180\$	181\$	182\$	184\$	185\$	186\$	187\$	189\$	190\$	191\$	2 212\$
	5 819\$	7 109\$	7 559\$	9 259\$	11 559\$	10 859\$	9 609\$	9 709\$	8 509\$	7 784\$	7 234\$	6 759\$	101 768\$
ARGENT NET													
Surplus (Dedficit)	2 413\$	(109\$)	441\$	1 741\$	3 441\$	3 141\$	3 391\$	3 291\$	2 491\$	1 716\$	1 266\$	(759\$)	22 464\$
Total cumulatif	2 413\$	2 304\$	2 745\$	4 486\$	7 927\$	11 068\$	14 459\$	17 750\$	20 241\$	21 957\$	23 223\$	22 464\$	

Les notes d'accompagnement font partie integrante de ces etats financiers pro forma.

NOTES AUX ÉTATS FINANCIERS PRO FORMA

1 - DETAILS DU PRÊT

Taux d'intérêt: 8.00%

Durée du prêt: 5 ans

Mois		Paiement	Intérêt	Principal	Balance
					12 000\$
janvier	2000	244\$	80\$	164\$	11 836\$
février	2000	244\$	79\$	165\$	11 671\$
mars	2000	244\$	78\$	166\$	11 505\$
avril	2000	244\$	77\$	167\$	11 338\$
mai	2000	244\$	76\$	168\$	11 170\$
juin	2000	244\$	74\$	170\$	11 000\$
juillet	2000	244\$	73\$	171\$	10 829\$
août	2000	244\$	72\$	172\$	10 657\$
septembre	2000	244\$	71\$	173\$	10 484\$
octobre	2000	244\$	70\$	174\$	10 310\$
novembre	2000	244\$	69\$	175\$	10 135\$
décembre	2000	244\$	68\$	176\$	9 959\$
		2 928\$	887\$	2 041\$	

janvier	2001	244\$	66\$	178\$	9 781\$
février	2001	244\$	65\$	179\$	9 602\$
mars	2001	244\$	64\$	180\$	9 422\$
avril	2001	244\$	63\$	181\$	9 241\$
mai	2001	244\$	62\$	182\$	9 059\$
juin	2001	244\$	60\$	184\$	8 875\$
juillet	2001	244\$	59\$	185\$	8 690\$
août	2001	244\$	58\$	186\$	8 504\$
septembre	2001	244\$	57\$	187\$	8 317\$
octobre	2001	244\$	55\$	189\$	8 128\$
novembre	2001	244\$	54\$	190\$	7 938\$
décembre	2001	244\$	53\$	191\$	7 747\$
		2 928\$	716\$	2 212\$	

2 - DÉTAILS DE L'AMORTISSEMENT

L'amortissement sera calculé selon la méthode dégressive à taux constant aux taux suivants:

Équipement de magasin	20%
Améliorations locatives	5%
Camion	30%

	Équipement	Améliorations locatives	Camion	Total
Coût au 1er janvier, 2000	2 500 \$	1 500 \$	5 000 \$	9 000 \$
Moins: Amortissement (année 1)	500 \$	75 \$	1 500 \$	2 075 \$
Valeur au livre nette au 31 décembre, 2000	2 000 \$	1 425 \$	3 500 \$	6 925 \$
Moins: Amortissement (année 2)	400 \$	72 \$	1 050 \$	1 522 \$
Valeur au livre nette au 31 décembre, 2001	1 600 \$	1 353 \$	2 450 \$	5 403 \$

3 - SALAIRES & AVANTAGES SOCIAUX

	SALAIRE MENSUEL
M. Pierre Barnabé	700 \$
Mlle Claudia St-Laurent	700 \$
Employé à temps partiel	250 \$
	<hr/>
	1 650 \$
Plus: 10% avantages sociaux	165 \$
Total	<hr/>
	1 815 \$

4 - INVENTAIRE

L'inventaire d'ouverture sera fixé à 3 000\$. Les propriétaires envisagent de remplacer les articles au fur et à mesure qu'ils sont vendus (c.à.d. le niveau d'inventaire demeurera à 3 000\$).

5 - COÛT DE LA MARCHANDISE VENDUE

La majoration moyenne pour les produits sera de 45%, ce qui est la norme pour l'industrie. Le coût des produits vendus sera de 55%.